

Las 12 mejores prácticas de SEO

Estrategias de on-site y off-site SEO para que tu sitio web aparezca en los primeros resultados de los buscadores y aumentes el tráfico hacia el mismo.

Realización
Milagros Mendoza - TIENDA NUBE

Con el apoyo de:
kactus
CONTENT MARKETING

» ENVIOSOCA.com

 **ANDREANI**

Introducción

El término SEO proviene del inglés Search Engine Optimization y significa optimizar tu sitio online para que los motores de búsqueda como Google, Bing, y otros, lo puedan encontrar fácilmente, y por lo tanto lo arrojen más arriba en sus páginas de resultados.

Cuando alguien busque una palabra clave específica relacionada a tu negocio, querrás que tu sitio aparezca ante sus ojos para captarlo y convertirlo en cliente.

Para lograr esto deberás recurrir a estrategias de SEO, empleadas ya sea dentro de tu sitio o fuera de él. Lo mejor: ¡es gratis!

Estrategias de on-site SEO

Se llama estrategias de on-site SEO a aquellas que pueden realizarse desde tu propio sitio web para afectar positivamente el posicionamiento del mismo en buscadores.

#1 | Palabras clave

Comencemos por lo principal: las palabras clave. Las palabras clave son aquellas que informan a los buscadores sobre qué trata tu sitio web. Los motores de búsqueda reciben un término particular y lo buscan en sus páginas indexadas. Una vez encontradas todas las páginas que lo contienen, deben armar un ranking para mostrar los resultados en determinado orden. Pero...si tienen billones de páginas indexadas, ¿cómo haces para aparecer en los primeros lugares? Para lograr esto deberás implementar ciertas buenas prácticas:

1) Ubicación: no solo es importante que incluyas tus palabras clave en el cuerpo de la página, sino que es igual de importante que, siempre y cuando puedas, las incluyas en la URL, títulos, subtítulos y meta-descripción de la misma (más adelante describimos en qué consiste la misma).

2) Destacar: una manera de destacar un término en tu sitio para que llame más la atención de las spiders de los buscadores es ponerle formato en negrita. Así le estarás comunicando que ese fragmento de texto es más importante y debería tenerlo en cuenta a la hora de rankear tu sitio.

3) Sinónimos: emplea sinónimos de tus palabras clave para darle más información y contexto a los motores de búsqueda. Además, al hacer esto estarás captando mayor tráfico de usuarios hacia tu sitio ya que abarcas mayor cantidad de términos de búsqueda.

4) Repetición: es importante que le recuerdes constantemente a los robots rastreadores de qué se trata tu sitio. Pero ¡ojo!, si utilizas las palabras clave en exceso harán el efecto contrario. Reitera tus palabras clave siempre y cuando sea relevante, y evita la repetición exacerbada de las mismas.

Si no sabes qué palabras clave definir para tu sitio web, te recomendamos utilizar el Planificador de Palabras Clave de Google. Allí podrás introducir términos y ver su volumen de búsquedas mensuales, y además tendrá la posibilidad de encontrar nuevas opciones de palabras clave.

#2 | Meta-etiquetas de descripción

Una segunda estrategia de on-site SEO es incluir meta-etiquetas de descripción o meta-descripciones a las páginas de tu sitio web. Estas son el pedazo de información que incluyes en el código HTML de tu sitio para comunicarle a los buscadores de qué se trata determinada página. El buscador tomará ese texto para mostrarlo junto al resultado de tu página cuando alguien busque por ella. Vale aclarar que las descripciones tienen la función de atraer a los humanos, y no influir de algún modo en el nivel de calidad de tu sitio para los buscadores. La importancia de incluir metadescripciones radica en que influirán directamente en la cantidad de visitas que recibas de los buscadores ya que, dependiendo lo buena que sea tu descripción, atraerá a más usuarios interesados. Si no haces esto el buscador tendrá que elegir cualquier parte de la página para describir de qué se trata y es posible que la persona que introdujo la búsqueda no lo encuentre útil y opte por otro sitio.

La extensión recomendada para la redacción de estas descripciones es 160 caracteres o menos. Redáctalas de manera que no solo informen sino también capten la atención de aquella persona que está buscando.

Presta atención a estos consejos para utilizar correctamente las meta-descripciones:

a) Asegúrate de que todas las páginas de tu sitio tengan una meta-descripción, y que sean diferentes entre sí.

b) La meta-descripción no tiene por qué tener únicamente formato de frase, también puede incluir datos estructurados sobre la página.

Y por sobre todo, evita que tus meta-descripciones:

- No estén relacionadas al contenido de la página.
- Sean generales y no aporten sentido.
- Sean un duplicado de contenido ya existente en tu página.
- Incluya únicamente palabras clave una al lado de la otra.

#3 | Imágenes accesibles

En tercer lugar, tendrás que prestar atención al contenido visual de tu sitio. Como es sabido, los robots rastreadores de los buscadores no pueden leer imágenes e identificar de qué se tratan. Para hacer que las comprendan y por ende las consideren dentro del nivel de calidad de tu sitio, deberás recurrir a algunas técnicas:

a) Alt Text: acompaña tus imágenes con un parámetro 'alt text' o 'texto alternativo' (en el código HTML del sitio) que describa lo que significan. El 'alt text' se hace visible una vez que pasas el cursor por sobre la imagen.

b) Nombres de archivo: nos referimos al archivo de la imagen, su nombre debe ser corto y descriptivo ya que esto agregará valor cuando el buscador intente descifrar qué se muestra en determinada imagen.

c) Pie de foto: una técnica adicional es agregar un pie de foto que quede fijo y describa qué se ve en esa imagen. Cuanto más claros, mejor.

#4 | Textos de links

Una cuarta estrategia de on-site SEO consiste en optimizar los textos de los links de tu sitio web. Los buscadores no solo prestan atención a las URL's de los links que incluyas en tus páginas sino también al texto que los representa. Es decir, si yo estoy redactando un artículo sobre los mejores hoteles en los lugares más turísticos de la Argentina, cuando linkee a la página de cada hotel, los buscadores identificarán la página de destino a la que lleva el link y además se fijarán en el texto que describe al link. De este modo, si quieres llevar al lector a que vea el Hotel Llao Llao del sur, en lugar de decir 'clic aquí', convendría escribir por ejemplo 'visita el mejor hotel de Bariloche'. El primer link no ofrece ninguna información al motor de búsqueda de a dónde se dirige; en cambio en el otro ejemplo hay un valor agregado al comunicarle en primer lugar que el link conduce a un hotel, y en segundo lugar que ese hotel es el mejor de Bariloche. Luego, cuando llega a la página de destino se entera que ese hotel es el Llao Llao .

#5 | Enlaces internos

En quinto lugar, se recomienda incluir enlaces internos en tu sitio web. No solo los buscadores sino también los usuarios encontrarán muy útil

si incluyes links que guíen a otras páginas internas de tu sitio. Esto les permitirá encontrar más información, indexar más páginas y por ende tener una mejor idea de lo que hay en tu sitio. Además, esto servirá a los buscadores para identificar una temática en común en tu página dado que los contenidos se encuentran relacionados entre sí.

Otra ventaja de incluir enlaces a páginas internas reside en que muy probablemente aumente el tiempo que la visita permanece en tu página, aumentando así las chances de que el usuario se convierta en cliente.

#6 | Mandar un 'Sitemap' a Google

Una manera de asegurarte que el motor de búsqueda indexe todas las páginas que te interesa que estén indexadas es enviándole un 'sitemap'. ¿Qué es esto? Es un archivo XML que muestra la organización del sitio, es decir, especifica todas las páginas que tiene, su orden, y alguna información adicional como la frecuencia de actualización. ¿Cuándo es más útil utilizar un sitemap?. En dos ocasiones:

- 1)** Cuando el sitio es muy grande y cabe la posibilidad de que los robots rastreadores se olviden de indexar algunas o no tomen en cuenta las páginas nuevas o actualizadas recientemente.
- 2)** Cuando el sitio es nuevo y tiene pocos enlaces externos (acordate que dijimos que los robots rastreadores indexan páginas saltando de un link de una página a otro, y si tu sitio es nuevo y tiene pocos enlaces o ninguno apuntando a él difícilmente consiga ser indexado).

#7 | Blogging

Otra estrategia que puedes aplicar desde tu sitio web para rankear mejor en buscadores es la de blogging. Los blogs son una de las principales fuentes de poder en términos de posicionamiento en buscadores. El contenido actualizado y regular influye directamente en la posición que obtendrás luego cuando una persona introduzca una búsqueda en algún buscador relacionada a tu negocio. Por lo tanto, dedica tu tiempo a realizar marketing de contenidos que incluyan las palabras claves de tu negocio; así estarás ayudando a los buscadores a determinar más firmemente de qué se trata tu página y comunicándole que es de calidad y que realmente existes al actualizarla constantemente.

#8 | Links no-follow

Por último, recurre a links no-follow. La particularidad de este tipo de enlaces es que tienen un atributo 'no follow' (o 'no seguir') en su código HTML que le comunica a los robots rastreadores que NO deben seguirlo ni tomarlo en cuenta para el ranking que ocupará ese sitio en las páginas de resultados.

La ventaja de definir enlaces como no-follow es evitar el spam y por ende evitar que el motor de búsqueda te penalice y disminuya tu ranking en buscadores. Por ejemplo, en áreas de tu página donde no controlas lo que otra gente pone (como el área de los comentarios), conviene configurar que los links sean no-follow. Si un enlace es no follow, no influirá en tu page rank. El page rank es el sitio que ocupa tu página en el ranking de resultados de un buscador.

Además, otra función de los links no-follow es la de evitar traspasar page rank a sitios de terceros. Si por ejemplo quieres incluir un enlace en tu sitio a modo de 'mal ejemplo' pero no quieres que el buscador lo considere dentro del nivel de calidad de tu sitio, puedes ponerle el atributo no follow y de esa manera el buscador sabrá que no debe tenerlo en cuenta. Asimismo, también puedes usar este tipo de links estratégicamente para darle más peso a ciertos links que a otros.

#9 | Calidad del Código

Con esto nos referimos particularmente a los títulos dentro de cada página (específicamente los <h1>, <h2>, y otros dentro del HTML). Si no tienes conocimientos técnicos, asegúrate de hablar con tu programador o chequear la herramienta que utilizas para corroborar que siempre haya un único tag <h1> y pocos tags <h2> con contenido muy relevante (entre 3 y 4).

En otras palabras, siempre debe haber un único título principal, y debes optimizar tus subtítulos para que sean los menos y más informativos posible. La organización de la página será clave para la comprensión que los buscadores tengan de ella.

#10 | Velocidad del sitio

La última estrategia de on-site SEO, pero no por ello menos importante, consiste en la velocidad de carga de los elementos de tu sitio. Para los

buscadores este es un factor determinante en el nivel de calidad del mismo. Un sitio lento es un sitio poco optimizado. Uno de los errores más comunes que afectan a la velocidad de carga es utilizar imágenes de calidad muy alta o más grandes de lo que en realidad se va a mostrar. Para evitar esto, deberás utilizar imágenes del tamaño y calidad adecuados a tus páginas.

Estrategias de off-site SEO

Contrario a las estrategias de on-site SEO, las estrategias off-site son aquellas que puedes realizar por fuera de tu sitio web para que el mismo aparezca mejor en buscadores.

#11 | Link-building

La principal estrategia de off-site SEO es el Link-building, es decir, la técnica de obtener links externos que apunten a tu sitio web.

Un sitio más linkeado es un sitio mejor posicionado...¿Por qué? Para los buscadores, esto significa que tu sitio es de confiar y sirve como referencia para muchos otros sitios. Por esto, es mejor recibir links de varios dominios distintos que varios links de un mismo dominio.

A continuación te compartimos algunos consejos para obtener links hacia tu sitio web:

a) Ofrécete para generar contenido de expertise para blogs de otros sitios. A la hora de generar links en sitios externos, es importante que los mismos sean naturales para que los buscadores los tomen en cuenta. ¿Qué quiere decir esto? Que los enlaces deben estar enmarcados en un contexto que esté relacionado con el contenido de la página de destino. Si generas enlaces sin sentido en sitios externos, los robots rastreadores lo notarán tarde o temprano y dejarán de tomar en cuenta los mismos para definir tu ranking en sus páginas de resultados. Por esto mismo, generar contenido de expertise en sitios de temáticas relacionadas pero que no sean competidores, es una buena práctica.

b) Crea infografías y videos. Estos tipos de contenido tienden a impactar más y por ende ser más compartidos. Si muchas personas están compartiendo tu contenido, estarás generando muchos links externos hacia tu sitio y por ende dándole buena reputación ante los ojos de los buscadores.

c) Haz Forum Marketing o Marketing de Foros: esta técnica se basa en participar en debates de foros relacionados a tu industria. Responde a preguntas y demuestra que tienes expertise en determinado tema. De este modo, las personas te considerarán una fuente de autoridad en el tema y probablemente recurran a tu sitio para más información.

d) Invierte en una estrategia de prensa. Identifica medios donde pueda encontrarse tu público objetivo y ofrece realizar un contenido para publicar allí. Al hacer eso, asegúrate de que incluyan un enlace hacia tu sitio web, para guiar el tráfico directo hacia tí.

#12 | Interacciones sociales

Otra estrategia de off site SEO consiste en fomentar las interacciones sociales. Esta técnica consiste no solo en incluir información de tu sitio web y el enlace a la misma en tus perfiles sociales, sino también compartir contenido que sea relevante para tus seguidores para conseguir que los mismos interactúen con él. Los 'me gusta' y 'compartidas' de Facebook, Twitter, Google Plus y otras redes sociales también influirán en el ranking de tu página en buscadores, ya que demuestran cuán importante es tu página para los usuarios.

Recuerda que la red social Google Plus es de Google, por lo que las interacciones sociales ahí tendrán mucho valor para el motor de búsqueda. Invierte tiempo en optimizar tu perfil de empresa en esa red social.

Conclusión

Existen estrategias de SEO que puedes aplicar tanto dentro de tu sitio como por fuera de él. El objetivo final de todas ellas es comunicarle exitosa y claramente a los robots rastreadores de los buscadores la esencia de tu página web. Al haber tanta competencia de sitios en internet, es necesario invertir en estrategias de SEO que te lleven a los primeros lugares de los resultados de búsqueda para dar con tus potenciales clientes. Utiliza palabras clave, crea un sitio que sea accesible, invierte en crear relaciones con otros sitios que te brinden prestigio, y mantente atento a los detalles. Así, el camino hacia la cima será más fácil.

Milagros Mendoza - TIENDA NUBE

Misión y visión

Creada en 1999, CACE reúne a empresas usuarias y emprendedoras del sector y tiene como objetivo lograr que la Economía Digital se constituya en una eficaz herramienta para el desarrollo social y económico de la República Argentina y sus economías regionales.

Nuestra misión

Lograr que los negocios y el comercio electrónico, sean una nueva forma de interacción entre individuos y empresas constituyéndose en una eficaz herramienta para el desarrollo social y económico de la República Argentina y sus economías regionales.

Nuestra visión

Ser una organización de acción transversal que “eduque, promueva, desarrolle y garantice” la utilización de las nuevas tecnologías aplicadas a los negocios de manera eficiente y responsable; orientados a la mejor evolución hacia la sociedad de la información de los distintos actores y procesos de la economía tradicional facilitando la reducción de la brecha económica y digital entre empresas y personas.

El Campo de nuestra Actividad

Educación y Capacitación – Seguridad – Servicios de Pago
Auditorías de Acceso – Certificación – Asesoría Jurídica
Aportes para nueva Legislación – Acuerdos y Convenios Internacionales – Negociación Asistida - Resolución no adversarial de Conflictos – Mediación - Documento Electrónico y Firma Digital – Titularidad de Dominios (NIC)
Previsión de Riesgos – Factura Digital.

www.cace.org.ar

Con el apoyo de:

kactus
CONTENT MARKETING

» ENVIOSOCA.com

A ANDREANI